证券代码:002291 证券简称:星期六 公告编号:2020-031

星期六股份有限公司

【2019】年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文,为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划,投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因

声明

除下列董事外,其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名

非标准审计意见提示

□ 适用 √ 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

√ 适用 □ 不适用

是否以公积金转增股本

□ 是 □ 否

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

□ 适用 □ 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	星期六	股票代码	002291
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	何建锋	黄金凤	
办公地址	广东省佛山市南海区桂城街道庆安路2号	广东省佛山市南海区桂城街道庆安路2号	
电话	0757－86256351	0757－86256351	
电子信箱	zhengquan@st-sat.com	zhengquan@st-sat.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）主要业务及产品

公司致力于“打造时尚IP生态圈”的战略,着力构建“媒体和社交平台”、“时尚IP孵化运营平台”及“时尚IP集合平台”,向新零售平台进行转型。

公司主要业务分为两大板块:多品牌中高端时尚皮鞋的生产和销售,并批发、零售多元化的时尚产品;以移动互联网精准营销为核心的信息技术服务业务。

1、多品牌时尚鞋履业务

目前公司拥有“ST&SAT”(星期六)、“D:FUSE”(迪美斯)、“SAFIYA”(索菲娅)、“SATURDAY MODE”、“FONDBERYL”(菲伯丽尔)等自有品牌。公司以时尚为核心的品牌群、多元化的产品品类,按消费者需求进行市场细分,满足目标消费群对时尚消费品的需求。公司开设的品牌集合店,通过销售公司自有品牌、代理品牌及第三方品牌的鞋、包、配饰等时尚全品类产品,打造时尚潮流新零售平台。

2、移动互联网业务

移动互联网业务主要通过2019年并购的逼望网络公司和2017年并购的时尚新媒体公司时尚锋迅、北京时欣等所进行。逼望网络主要从事数字营销相关业务,主要业务涵盖:传统互联网广告投放、基于微信的社交营销、社交电商服务业务。逼望网络通过与各类互联网流量渠道建立合作关系,聚集流量资源,依托优秀的流量资源整合能力、丰富的互联网营销经验及较强的营销方案策划能力,通过多样化的广告形式实现流量变现。时尚锋迅、北京时欣的主要业务为通过OnlyLady女人志和Kimiss闺蜜网等时尚信息平台为广告主提供营销服务。

3、主要会计数据和财务指标

（1）近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

□ 是 √ 否

单位:元

	2019年	2018年	本年比上年增减	2017年
营业收入	2,091,869,265.58	1,531,682,079.47	36.57%	1,503,548,566.89
归属于上市公司股东的净利润	150,259,202.15	8,933,553.55	1,581.96%	−352,045,905.91
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	148,017,061.64	7,496,932.84	1,874.37%	−355,933,238.27
经营活动产生的现金流量净额	205,643,942.56	190,110,559.73	8.17%	131,221,314.96
基本每股收益(元/股)	0.24	0.02	1,100.00%	−0.88
稀释每股收益(元/股)	0.24	0.02	1,100.00%	−0.88
加权平均净资产收益率	5.59%	0.60%	4.99%	0.16%
	2019年末	2018年末	本年末比上年末增减	2017年末
资产总额	5,291,412,166.30	3,072,658,007.51	72.21%	3,183,609,395.15
归属于上市公司股东的净资产	3,362,486,277.89	1,496,419,375.21	124.70%	1,487,326,862.50

（2）分季度主要会计数据

单位:元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	427,496,166.51	463,258,500.05	478,315,313.49	722,799,285.53
归属于上市公司股东的净利润	21,382,720.23	39,462,150.55	44,233,453.37	45,180,878.00
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	21,360,936.82	38,644,426.64	43,461,945.85	44,549,752.33
经营活动产生的现金流量净额	72,218,301.59	−8,208,599.17	76,944,426.38	64,689,813.76

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

4、股东及股东情况

（1）普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10名股东持股情况表

单位:股

报告期末普通股股东总数	43,194	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	80,527	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0

前10名股东持股情况

股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
深圳市星期六投资控股有限公司	境内非国有法人	17.70%	116,626,010		质押	54,945,284
LYONE GROUP PTE. LTD.	境外法人	14.08%	92,731,990		质押	91,000,000
谢如栋	境内自然人	13.17%	86,736,007	86,736,007		
方剑	境内自然人	5.48%	36,074,169	36,074,169		
朱大正	境内自然人	2.57%	16,946,780	16,946,780		
杭州蜂巢创业投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	1.76%	11,584,047	11,584,047		
王可心	境内自然人	1.62%	10,684,580	10,684,580		
中小企业发展基金(江苏有限合伙)	境内非国有法人	1.59%	10,483,297	10,483,297		
东方汇富投资控股有限公司	境内非国有法人	1.49%	9,798,741	9,798,741		
王磊	境内自然人	1.24%	8,176,974	8,176,974		
上述股东关联关系或一致行动的说明	在前10名股东中,深圳市星期六投资控股有限公司的实际控制人张泽民先生与LYONE GROUP PTE. LTD.的实际控制人熙怀宇女士为夫妻关系;谢如栋先生、方剑先生为一致行动关系。除上述关联关系外未知其他前10名股东是否存在关联关系或一致行动关系。					
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	股东深圳市星期六投资控股有限公司通过普通账户持有80,961,017股,通过投资者信用证券账户持有35,674,993股。					

（2）公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

（3）以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系

5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市,且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券

否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

报告期内公司实现营业收入20.92亿元,比上年同期增长36.57%,完成利润总额17218.78万元,比上年增长648.39%;归属于上市公司股东的净利润15025.92万元,比上年增长1,581.96%;基本每股收益为0.24元,同比增加1100.00%。

2019年公司继续推进战略转型升级,逐步构建“以用户为核心,数据+内容驱动,消费场景打通融合”的新零售平台,公司通过实施重大资产重组并购逼望网络以后,逐步发挥公司与逼望网络的协同作用,共同推动“时尚IP生态圈”的壮大发展,报告期内主要开展以下工作:

（一）积极发展移动互联网营销业务,重点拓展社交电商服务业务。

逼望网络所处的互联网广告市场近年来保持平稳增长,其中基于社交关系的移动互联网广告发展更为迅速,基于社交的营销服务和移动广告已成为互联网营销的重要领域,并成为新的电子商务流量入口,这为逼望网络基于移动社交流量的广告投放和流量变现业务提供了广阔的发展空间。自收购完成后,公司积极利用自身在媒体、供应链及渠道等方面的资源与优势推动逼望网络互联网营销业务的发展。

（1）传统互联网广告业务

中国互联网广告整体市场规模仍呈现增长的趋势,逼望网络传统互联网广告投放业务,主要是通过聚合中长尾移动互联网流量资源为客户提供推广服务,实现中长尾媒体端的流量变现。公司会根据不同流量的特点,匹配相适应的客户,实现相对精准化的广告投放服务,客户主要是360、百度、腾讯、网易等各类大型互联网公司及移动游戏公司为主。

（2）基于微信的社交营销业务

微信作为国内移动互联网领域的超级流量入口,在超大规模的基础上仍保持良好成长。2019年逼望网络基于腾讯生态圈流量的营销业务规模进一步扩大。①逼望网络通过自有专业团队,为各类客户在微信生态体系中的朋友圈、公众号、小程序等各种入口提供集定制化投放策略、创意文案、投放执行、广告优化等系列服务,帮助客户实现曝光及引流等效果。②逼望网络通过自身搭建的“微小盟”SAAS服务平台,搭建起海量微信公众号与广告主的桥梁,为公众号运营者提供集智能编辑器、根据公众号属性推荐的海量素材库等辅助服务,同时提供微信公众号内部的集软文广告、菜单栏链接等各种入口的流量变现服务;为广告主提供海量公众号选择,自动化投价,一键上传广告素材,线上支付等一站式广告投放服务。③逼望网络自身开发基于H5及小程序的互联网付费平台“静雅课堂”系列产品,通过自有及合作的多微信公众号的空余广告位引流实现课程的销售,为用户提供各品类下的优质学习课程。④逼望网络基于海量广告客户的变化趋势及商品特点,构建自营电商平台并优选自营相关产品,实现流量的多次变现。截至目前,微小盟平台累计授权公众账号数量超过2万个,不去重状态下相应公众号合计授权用户数突破4亿,主要覆盖领域为情感、读书、汽车、生活、时尚穿搭、美妆等多个细分领域。

（3）社交电商服务业务

近年来,微信、微博、抖音、快手等产品创造了一个以移动终端为接口、以移动社交产品为媒介、以社交关系/KOL为纽带的新的信息传播方式以及商家和用户的连接通道,通过连接人与信息、人与服务,构建了一种基于社交关系的移动互联网广告“新业态”。

逼望网络通过搭建专业运营团队,自2018年四季度开始,基于“人-货-场”的商业逻辑,链接明星、达人与品牌电商开展短视频与直播形态的社交电商服务业务。①“人”,公司通过自主孵化达人、外部签约合作明星及达人的形式逐渐构建抖音、快手、淘宝直播、小红书各生态下的达人及明星艺人矩阵。②“货”,公司利用自身积累的招商资源,与国内数百家各品类的知名电商品牌建立起了良好的合作关系。③“场”,公司利用自有文创团队,在各短视频平台为达人/明星拍摄优质内容并结合运营策略不断积累粉丝,并利用创意短视频、直播等形式为各类电商品牌实现商品营销推广。

具体来说,逼望网络可为客户提供个性化的推广文案和营销方案设计服务,根据客户需求,通过微信、微博、抖音、快手等社交媒体,将客户的推广信息融入到图文/短视频/直播资讯中,并不断优化营销服务效果。通过孵化、签约主播及外部合作头部主播在快手、抖音、淘宝直播等平台进行直播带货、承接短视频广告;目前逼望网络是抖音、快手、淘宝直播等平台的MCN机构。通过该业务发展,主播从单纯的直播打赏真正走向链接B端和C端的桥梁,实现电商变现,打通销售通路,基于粉丝粘性,市场空间大。

截至2020年3月31日,逼望网络拥有签约及孵化短视频平台IP合计206个,明星及主播数量96位,合计总粉丝数超过2.4亿,累计播放量超过150亿,平台涉及抖音、快手、B站、小红书、西瓜视频等,其中知名IP包括“张柏芝”、“王祖蓝”、“李亚男”、“刘雅”、“她演七段”、“乃提Gull”、“浩辉迪城子”、“李大嘴”、“输大公子”、“李宣卓(酒仙)”等数十个。同时今年以来,公司已经与浙江文广集团、杭州文广集团达成合作,已经签约共32位电台主持人为公司主播,后续将继续推进与其旗下其他电台/电视台主持人的签约。

2019年公司短视频广告及直播带货的业务量增速较快,全年短视频平台的带货GMV实现约2.1亿元。服务对象以主要服务快销品领域的品牌客户为主,通过前期多次业务合作的良好成果,目前逼望网络已经取得如一叶子、LOVO、欧诗漫、妇炎洁等8个知名品牌在指定平台上的独家经营权,未来随着公司经营规模的不断扩大,将推进与更多优秀品牌的深度合作。逼望网络基于庞大的已有流量规模,奠定了行业先发优势,荣获2019年“金麦奖”短视频运营最具影响力奖、快手MCN十大影响力机构等众多奖项,并与腾讯、阿里、抖音、快手等机构一同入选“中国电视剧制作产业协会短视频内容工作委员会”。

逼望网络将以自身流量为抓手,从新品上市的品宣及销量提升,到库存尾货的出清等方面为品牌方提供服务,努力做到为品牌方或品牌的代运营方的产品线上全生命周期的营销服务。新形态下的短视频及直播带货的电商市场在快速扩容,新的用户购物习惯在养成,公司整体看好新流量形态下的短视频及直播带货的行业前景,未来将持续加大该业务的投入力度。

（二）强化媒体、明星和社交平台及电商平台,聚集优质流量资源,提高对消费者的影响力,进一步丰富流量变现方式。

（1）持续全网输出优质的明星美尚内容,对目标人群影响力进一步提升。

公司控股的时尚新媒体OnlyLady女人志与Kimiss闺蜜在2019年持续强化美妆时尚和生活消费类内容质量,内容原创度、专业度、交互度进一步提升。除了继续保持OnlyLady和Kimiss在PC端、APP等自有平台的内容优势之外,还在微博、微信等传统社交平台及抖音、美拍、秒拍、一直播等视频和直播平台以及今日头条等资讯门户平台持续发力,全面覆盖各平台的时尚用户群。同时OnlyLady持续在明星内容部分发力,全年合作明星过百位,以原创视频、定制项目等多种形式报道时尚大事件,为品牌创造更大合作价值。目前OnlyLady各平台粉丝总数超过1500万,Kimiss各平台粉丝总数超过636万,OnlyLady女人志获得“2019微博十大影响力时尚媒体”大奖,Kimiss闺蜜获得“新浪时尚2019年度最具消费影响力新媒体”奖项。

（2）全方位立体化整合营销策略,深度影响消费者心智

OnlyLady女人志与Kimiss闺蜜在2019年与天猫、京东等主流电商平台密切合作,采用图文、直播、短视频等各种不同的传播策略和手段,线上线下全方位立体化连动,并以每年一度的“天猫美妆类目的“520表白季”、天猫CLUB理想天团、天猫V榜单,时尚类目的“618有好货大赏”,玩具类目的“次元潮玩正当红”;京东时尚类目的“2019伦敦男装周”、母婴类目的“海囤项目”等一系列成功项目,全网曝光量总计超过7亿,赋能70余个品牌成功抢占消费者心智,OnlyLady女人志获得“2019年度天猫金妆奖年度合作媒体”及“天猫金妆奖2020年度合作伙伴(媒体类)大奖”。

（3）巩固时尚MCN影响力,发力社交媒体短视频账号建设及直播业务

OnlyLady女人志与Kimiss闺蜜已成为微博、抖音、淘宝、快手、小红书等多个社交平台在时尚领域的重要MCN合作机构,OnlyLady旗下拥有专属红人45个,签约战略达人1000+,Kimiss拥有独家达人43个,同时与星期六旗下逼望网络密切合作,通过逼望签约的王祖蓝、李亚男、张柏芝、张子曦等知名艺人的快手、小红书、抖音账号,为更多时尚品牌提供短视频和直播领域的营销传播服务。OnlyLady女人志获得克劳锐颁发的“2019年度黑马MCN”奖项,Kimiss闺蜜获得克劳锐颁发的“2019年度最佳创新营销”奖项。

（三）逐步优化主业经营模式,改善渠道结构与产品结构。

报告期内,公司一方面继续拓展购物中心品牌集合店“Saturday Mode”,并大力推动电商业务的发展,构建多元化的时尚产品销售平台。基于目前零售环境互联网化、消费场景多元化的新形势,公司更加重视利用用户的碎片时间,逐步布局并发展线上多元化渠道,积极利用直播平台如淘宝直播,社交平台直播,以及封闭式的限时特卖及公众号销售等,进一步拓展新的销售渠道和营销模式。此外,公司也将结合现今用户消费偏好的变化,在产品结构上逐步增加休闲、时尚运动类产品的占比。

另外一方面,公司进一步深化调整鞋类产品零售业务的经营方式,2019年7至9月公司参股设立了杭州宏臻商业有限公司、杭州泓华商业有限公司和杭州欣逸商业有限公司三家品牌公司(以下简称“品牌公司”),运营鞋类品牌“ST&SAT”(星期六)、“D:FUSE”(迪美斯)、“SAFIYA”(索菲娅)的零售业务,公司通过全资子公司杭州佳逸商业有限公司向品牌公司销售产品,并向品牌公司收取品牌使用费。通过上述零售业务经营方式的改变,可以在确保公司业务稳定的基础上,逐步降低公司线下店铺的自营比例,把原有百货商场自营店逐步改为加盟店铺,这一方面有利于公司逐步降低库存水平,优化资产结构,提高资产运营效率,另一方面有利于改善经营现金流、加快资金周转、减轻企业经营压力,进一步提升盈利能力。预计随着品牌公司业务的拓展,公司得以向专注品牌管理、供应链服务的轻资产运营方式转变,有利于公司尽快实现“多品牌、多品类,以用户为核心,数据+内容驱动,消费场景打通融合”的新零售业态,符合公司战略发展的需要。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

□ 是 √ 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润10%以上的产品情况

√ 适用 □ 不适用

单位:元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
星期六品牌	667,846,914.15	397,643,171.29	59.54%	−1.50%	−1.87%	−0.23%
索菲娅品牌	130,850,675.11	59,892,373.79	45.77%	−10.26%	−11.91%	−0.86%
菲伯丽尔品牌	90,929,928.91	38,567,361.55	42.41%	−5.97%	−6.61%	−0.29%
迪美斯品牌	183,350,008.98	105,929,672.80	57.77%	−33.78%	−34.82%	−0.92%
其他品牌	155,463,076.57	57,551,517.69	37.02%	−2.86%	3.51%	2.28%
互联网广告行业	857,774,399.57	344,358,063.72	40.15%	408.13%	257.23%	−16.96%
其他	7,649,545.31	2,089,623.56	27.32%	41.35%	46.11%	0.89%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

□ 是 √ 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

□ 适用 √ 不适用

6、面临暂停上市和终止上市情况

□ 适用 √ 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

（1）与上年度财务报告相比,会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

（一）本次会计政策变更情况概述

1、变更原因

财政部于2019年4月30日发布《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》(财会[2019]6号),对一般企业财务报表格式进行了修订,适用于执行企业会计准则的非金融企业2019年度中期财务报表和年度财务报表及以后期间的财务报表。

由于上述会计准则的修订,公司需对原会计政策进行相应变更。

2、变更日期

以财政部发布的《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》(财会(2019)6号)规定的日期开始执行。

3、变更前采用的会计政策

本次会计政策变更前,公司执行财政部颁布的《财政部关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》(财会(2018)15号)的相关规定。

4、变更后公司采用的会计政策

公司将按照财政部2019年4月30日发布的《关于修订印发 2019年度一般企业财务报表格式的通知》(财会[2019]6 号)要求编制财务报表。

除上述会计政策变更外,其他未变更部分仍按照财政部前期颁布的《企业会计准则—基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释公告以及其他相关规定执行。

（二）本次会计政策变更的主要内容

根据《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》(财会[2019]6号)相关要求,公司将对财务报表相关项目进行列报调整,并对可比会计期间的比较数据相应进行调整,具体情况如下:

1. 资产负债表中“应收票据及应收账款”项目分拆为“应收票据”及“应收账款”两个项目;“应付票据及应付账款”项目分拆为“应付票据”及“应付账款”两个项目。

2. 资产负债表新增“交易性金融资产”、“应收款项融资”、“债权投资”、“其他债权投资”、“其他权益工具投资”、“其他非流动金融资产”、“交易性金融负债”等项目。其中:“其他权益工具投资”项目,反映资产负债表日企业指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的非交易性权益工具投资的期末账面价值。

3. 利润表新增“信用减值损失”项目,反映企业按照《企业会计准则第22号—金融工具确认和计量》(财会(2017)7号)要求计提的各项金融工具信用减值准备所确认的信用损失。利润表增加“以摊余成本计量的金融资产终止确认收益(损失以“-”号填列)”、“净敞口套期收益(损失以“-”号填列)”、“信用减值损失(损失以“-”号填列)”项目等。

4. 将利润表“减:资产减值损失”调整为“加:资产减值损失(损失以“-”列示)”。

5. 现金流量表明确了政府补助的填列口径,企业实际收到的政府补助,无论是与资产相关还是与收益相关,均在“收到的其他与经营活动有关的现金”项目填列。

（三）本次会计政策变更对公司的影响

公司根据《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》相关要求编制财务报表,仅对财务报表格式和部分项目填列口径产生影响,不影响公司净资产、净利润等财务指标。

（2）报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

（3）与上年度财务报告相比,合并报表范围发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

本期纳入合并财务报表范围的主体较上期相比,增加2户,减少1户,其中:

1.本期新纳入合并范围的子公司:

名称	变更原因
杭州逼望网络科技有限公司	非同一控制下企业合并
杭州佳逸商业有限公司	新设

2.本期不再纳入合并范围的子公司:

名称	变更原因
深圳微迷合科技供应链管理有限公司	转让股权
上海童禹文化传媒有限公司	转让股权
霍尔果斯禹童文化传媒有限公司	转让股权

星期六股份有限公司

董事长:于洪涛

二〇二〇年四月二十一日

证券代码:002291 证券简称:星期六 公告编号:2020-032

星期六股份有限公司关于接受控股股东财务资助的关联交易公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

一、关联交易概述

1为提高融资效率,支持公司发展,短期补充公司流动资金,公司控股股东深圳市星期六投资控股有限公司(以下简称“星期六控股”)拟于12个月内向本公司提供总额不超过50,000万元人民币的财务资助,有效期限为1年,资助金额在总额度内可于有效期内循环使用。

2.星期六控股为本公司控股股东,根据《深圳证券交易所股票上市规则》(以下简称《股票上市规则》)的有关规定,本次交易构成关联交易。

3.2020年4月21日,公司召开第四届董事会第二十次会议,以5票同意、0票反对、0票弃权审议通过了《关于接受控股股东财务资助的议案》,关联董事于洪涛、李刚回避了表决,公司独立董事就本次关联交易发表了事前认可和独立意见。本次关联交易无需提交股东大会审议。

4.本次关联交易不构成《上市公司重大资产重组管理办法》规定的重大资产重组,无需经过有关部门批准。

二、关联方介绍和关联关系

（一）关联方介绍

1、公司名称:深圳市星期六投资控股有限公司

2.注册地址:深圳市南山区南山街道东滨路4096号濠盛商务中心1007

3.法定代表人:张泽民

4.注册资本:5127.415万元

5、经营范围和主营业务:投资兴办实业(具体项目另行申报);国内商业、物资供销业(不含专营、专控、专卖商品)。

6、持有公司股权比例:持有本公司14.8%的股权,是本公司控股股东。

7、财务情况:

截至2018年12月31日,星期六控股总资产355,431.10万元,净资产 163,731.25万元,2018年1-12月,实现营业收入 164,610.44万元,利润总额 2,149.67万元(经审计);

截至2019年9月30日, 星期六控股总资产557,558.01万元, 净资产313,254.43万元,2019年1-9月,实现营业收入143,336.41万元,利润总额10,605.22万元(以上数据未经审计)。

（二）关联关系

截至本次公议召开日,星期六控股持有本公司股份109,271,499股,占公司总股本的14.8%,系公司控股股东,根据深交所《股票上市规则》,星期六控股与本公司构成关联关系。

三、财务资助资金来源

星期六控股通过进行股票减持、股票质押式回购交易或其他融资渠道所得资金。

四、财务资助的主要内容

（一）交易标的及数量

星期六控股向本公司提供总额不超过50,000万元人民币财务资助。

（二）交易的定价政策及定价依据

本次财务资助系交易双方自愿协商的结果, 资助资金利率按照星期六控股在金融机构同期借款利率计算,具体费率在财务资助协议中另行约定。在财务资助相关合同有效期间,利息依照合同的约定方式支付给星期六控股。

（三）财务资助期限

本协议项下财务资助期限自星期六控股将首笔款项汇入公司银行账户之日起1年。

五、关联交易协议签署情况

2020年4月21日,公司与星期六控股签署了《财务资助协议》,由星期六控股于12个月内向公司提供总额不超过50,000万元人民币的财务资助,有效期限为1年,资助金额在总额度内可于有效期内循环使用,实际付息按使用天数计算,利息按季支付。公司管理层根据经营资金的实际需要,确定与上述关联方签署相关协议的具体时间,以保障公司正常的生产经营。

六、接受财务资助对公司的影响

本次财务资助体现了控股股东对公司的支持, 资助资金利率按照星期六控股在金融机构同期借款利率计算,具体费率在财务资助协议中另行约定,符合公司和全体股东的利益。

本次财务资助有利于提高本公司融资效率,支持公司发展,短期补充公司流动资金,对公司持续经营能力、抵益及资产状况无不良影响,对公司的独立性无影响,不损害公司及股东的利益,公司的主要生产经营业务不会因此而对关联方形成依赖。

七、当年年初至今,与该关联人累计已发生各类关联交易的总金额

2020年年初至本次会议召开日,公司与星期六控股发生的关联交易为的总金额

八、独立董事事前认可和独立意见

公司独立董事签署了事前认可意见,认为:本次由关联股东对上市公司实施财务资助而产生的关联交易有利于公司的发展,体现了控股股东对公司的支持。公司接受控股股东的财务资助,没有损害中小股东的利益,符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。

本次关联交易事项体现了控股股东对上市公司的支持,保障公司正常生产经营活动对流动资金的需求,不会损害公司、股东特别是中小股东的利益。董事会对本次关联交易事项的表决程序合法,关联董事回避了对此议案的表决,符合《公司法》、《证券法》等有关法律法规和《公司章程》的规定,我们同意该项关联交易的实施。

特此公告。

星期六股份有限公司董事会

二〇二〇年四月二十二日

证券代码:002291 证券简称:星期六 公告编号:2020-033

星期六股份有限公司关于补充确认2019年度部分日常关联交易及预计2020年度日常关联交易的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

一、日常关联交易基本情况

（一）审议情况

2020年4月21日,星期六股份有限公司(以下简称“公司”)召开第四届董事会第二十次会议,以6票同意、0票反对、0票弃权审议通过了《关于补充确认2019年度部分日常关联交易及预计2020年度日常关联交易的议案》,

补充确认公司及子公司与杭州宏臻商业有限公司(以下简称“杭州宏臻”)、杭州泓华商业有限公司(以下简称“杭州泓华”)和杭州欣逸商业有限公司(以下简称“杭州欣逸”)三家公司(以下把上述三家公司合称为“品牌公司”)于2019年度发生关联交易60,151.07万元;同时预计公司及子公司2020年度与品牌公司关联交易总额累计不超过84,824.53万元。

关联董事于洪涛回避了表决,公司独立董事就本次关联交易发表了事前认可和独立意见。本次关联交易需提交股东大会审议。

（二）补充确认2019年度日常关联交易的情况

1、交易概述

2019年7至9月公司与佛山市南海区元麒投资有限公司分别合资设立了杭州宏臻、杭州泓华和杭州欣逸三家品牌公司,公司分别占杭州宏臻、杭州泓华和杭州欣逸三家公司45%的股份,三家品牌公司为公司之参股公司。

杭州宏臻、杭州泓华、杭州欣逸分别与本公司开展鞋类品牌“ST&SAT”(星期六)、“D:FUSE”(迪美斯)、“SAFIYA”(索菲娅)、“FONDBERYL”(菲伯丽尔)的品牌运营推广合作,业务涵盖产品设计、开发、宣传推广及销售、售后服务等,其业务模式为公司通过全资子公司杭州佳逸商业有限公司向品牌公司销售产品,并向品牌公司收取品牌使用费,公司控股的北京时尚锋迅信息技术有限公司向品牌公司提供互联网营销广告业务,以及签订三方协议转让公司原有部分销售渠道的应收账款,2019年度上述交易金额为60,151.07万元。具体交易情况如下:

关联交易类别	关联人	关联交易内容	关联交易定价原则	2019年度发生金额
向关联人销售产品、商品	杭州宏臻	销售产品	市场价格	188,035,101.37
	杭州泓华	销售产品	市场价格	7,283,644.43
	杭州欣逸	销售产品	市场价格	30,644,434.51
	小计			225,963,180.31
向关联人授权使用品牌	杭州宏臻	许可协议/品牌使用费	市场价格	59,433,962.26
	杭州泓华	许可协议/品牌使用费	市场价格	1,603,773.58
	杭州欣逸	许可协议/品牌使用费	市场价格	10,377,358.49
	小计			71,415,094.33
向关联人提供劳务	杭州宏臻	互联网广告服务	市场价格	1,981,132.08
	杭州泓华	互联网广告服务	市场价格	1,320,754.72
	杭州欣逸	互联网广告服务	市场价格	1,132,075.47
	小计			4,433,962.27
向关联人转让债权	杭州宏臻	转让原销售渠道应收账款	公允价格	278,796,000.82
	杭州泓华	转让原销售渠道应收账款	公允价格	5,595,208.07
	杭州欣逸	转让原销售渠道应收账款	公允价格	15,307,235.18
	小计			299,698,444.07

2、关联关系说明

在公司2019年度的审计过程中,审计机构基于杭州宏臻、杭州泓华和杭州欣逸三家品牌公司目前经营业务全部为本公司授权产品的营销,且品牌公司的经营指标和商业活动需要接受本公司的审核,审计机构认为此类安排对杭州宏臻、杭州泓华、杭州欣逸三家公司的日常经营具有重要性,一定程度上可以影响三家品牌公司的经营决策,因此把杭州宏臻、杭州泓华、杭州欣逸定为公司的联营企业。根据《深圳证券交易所股票上市规则》,公司基于实质重于形式原则将杭州宏臻、杭州泓华、杭州欣逸三家公司认定为公司的关联方;此外,公司委派公司董事长兼总经理于洪涛于杭州宏臻担任董事职务,按照《深圳证券交易所股票上市规则》的有关规定,杭州宏臻为公司关联方,因此公司与杭州宏臻、杭州泓华、杭州欣逸三家公司的交易构成关联交易,现需要对有关关联交易进行补充确认并履行审批程序。

根据《深圳证券交易所股票上市规则》有关规定及公司与上述关联方累计发生的关联交易金额,本次2019年度关联交易金额超过公司最近一期经审计的净资产的5%,须提交股东大会审议批准。

（三）预计2020年日常关联交易类别和金额

关联交易类别	关联人	关联交易内容	关联交易定价原则	合同签订金额或预计金额	截至3月31日日已发生金额	2019年发生金额
向关联人销售产品、商品	杭州宏臻	销售产品	市场价格	361,000,000.00	64,000,364.46	188,035,101.37
	杭州泓华	销售产品	市场价格	66,000,000.00	10,216,790.91	7,283,644.43
	杭州欣逸	销售产品	市场价格	77,000,000.00	21,665,965.70	30,644,434.51
	小计			504,000,000.00	95,883,121.07	225,963,180.31
向关联人授权使用品牌	杭州宏臻	许可协议/品牌使用费	市场价格	178,301,886.79	44,575,471.70	59,433,962.26
	杭州泓华	许可协议/品牌使用费	市场价格	4,811,320.75	1,202,830.19	1,603,773.58
	杭州欣逸	许可协议/品牌使用费	市场价格	31,132,075.47	7,783,018.87	10,377,358.49
	小计			214,245,283.02	53,561,320.75	71,415,094.33
债权转让	杭州宏臻	转让原销售渠道应收账款	公允价格	93,000,000.00		278,796,000.82
	杭州泓华	转让原销售渠道应收账款	公允价格	25,000,000.00		5,595,208.07
	杭州欣逸	转让原销售渠道应收账款	公允价格	12,000,000.00		15,307,235.18
	小计			130,000,000.00		299,698,444.07
合计				848,245,283.02	149,444,441.82	597,076,718.71

（四）本次关联交易不构成《上市公司重大资产重组管理办法》规定的重大资产重组,无需经过有关部门批准。

二、关联人介绍和关联关系

（一）关联方基本情况。

1、杭州宏臻商业有限公司,

注册资本: 3000万元,

法定代表人:张弛

住所:浙江省杭州市余杭区良渚街道时代大厦1905室

经营范围:销售(含网上销售):鞋帽、纺织品、针织表及原材、服装、化妆品(除分装)及卫生用品、厨具卫具及日用杂品,日用家电、首饰、工艺品及收藏品(不含象牙及其制品及文物)、箱包。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)

2019年主要财务指标(经审计):

单位:元

资产总额	净资产	营业收入	净利润
515,197,110.36	−14,626,807.68	130,742,862.87	−31,126,807.68

2、杭州泓华商业有限公司

注册资本:1000万元,

法定代表人:卢艳红

住所:浙江省杭州市余杭区良渚街道逸盛路171号235室

经营范围:销售(含网上销售):鞋帽、纺织品、针织品及原材(除危化品)、服装、化妆品(除分装)、卫生用品、厨具、卫浴洁具、日用品、日用家电、首饰、工艺品及收藏品(不含象牙及其制品及文物)、箱包。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)。

2019年主要财务指标(经审计):

单位:元

资产总额	净资产	营业收入	净利润
15,660,401.53	−2,489,188.72	1,941,679.79	−2,489,188.72

3、杭州欣逸商业有限公司

注册资本:1000万元

法定代表人:曹腾飞

住所